

PRESSEMITTEILUNG

Südwestfalen sucht seine Botschaft: „Alles echt“ oder „Wir sind so“? Claim-Vorschläge vorgestellt / Bürgerinnen und Bürger können mitwirken

Südwestfalen, 29. März 2012. Mit der Botschaft „Wir können alles. Außer Hochdeutsch“ hat das Bundesland Baden-Württemberg auf sich aufmerksam gemacht. Witzig, innovativ und ein wenig provokant. Südwestfalen möchte diesem Beispiel jetzt folgen. In Olsberg im Hochsauerlandkreis wurden heute zwei Vorschläge für die „Südwestfalen-Werbebotschaft“ vorgestellt.

„Südwestfalen. Alles echt!“ und „Südwestfalen. Wir sind so!“ sind die beiden finalen Vorschläge, die aus einer großen Menge an Ideen hervorgegangen sind. Aus ihnen soll jetzt der Südwestfalen-Claim, wie die Werbe-Botschaft in der Marketingsprache bezeichnet wird, gewählt werden. „Der Claim soll auffallen, neugierig machen und beispielsweise zusammen mit Bildmotiven die richtige Botschaft transportieren: Wir sind eine wirtschaftliche Power-Region. Arbeiten beim Weltmarktführer sowie Wohnen und Leben in intakter Natur - das ist Südwestfalen“, erklärt Marie Ting von der Südwestfalen Agentur.

Die 26-Jährige kümmert sich seit kurzem um den Aufbau der neuen Marke Südwestfalen. Im Sommer soll das Regionalmarketing starten - auch mit verschiedenen Werbemaßnahmen. Zielgruppe sind vor allem junge Fachkräfte und Familien. Alle Veröffentlichungen und Maßnahmen soll dann der neue Claim zieren. Die Kernbotschaften, die hierdurch transportiert werden sollen, wurden mit der Wirtschaft und der Politik in der Region entwickelt und formuliert.

Das Regionalmarketing wird sich nicht auf Werbemaßnahmen und Kampagnen beschränken. Ebenso sollen Entwicklungen innerhalb der Region angestoßen und forciert werden. „Dazu sehe ich in unseren Städten und Gemeinden viel Potential. Auch wenn wir vor demografischen Herausforderungen stehen, sind wir für junge Familien eine interessante Region. Dabei liegen unsere Stärken in attraktiven Arbeitsplätzen, einer intakten Landschaft mit einem sicheren Wohnumfeld und ehrenamtlich motivierten Menschen. Diese Zukunftsperspektiven wird Südwestfalen nun unterstützt durch das Regionalmarketing weiter nutzen“, erklärt Dr. Karl Schneider, Landrat des Hochsauerlandkreises. Politik und Wirtschaft der Region unterstützen und tragen die Regionalmarketing-Entwicklungen. Ralf Kersting, Präsident der IHK Arnsberg und Vorsitzender des Regionalmarketing-Ausschusses Südwestfalen, betont die Bedeutung des eingeleiteten Prozesses: „Der Fachkräftemangel hat Südwestfalen längst erreicht und stellt für

die Unternehmen eine ernstzunehmende Herausforderung dar. Deshalb müssen wir für die attraktiven Arbeitsplätze in unseren zukunftsorientierten Unternehmen und die tollen Lebensbedingungen in unserer Region werben: mutig und selbstbewusst!“

Die beiden Claim-Vorschläge „Wir sind so“ und „Alles echt“ werden jetzt ausgiebig getestet. In sechs Wochen werden dann die Ergebnisse aus wissenschaftlichen Tests und offenen Diskussionen zusammengetragen und eine Entscheidung getroffen. „Wichtig ist herauszufinden, welche Assoziationen bei Interessierten geweckt werden. Gleichzeitig muss ein starker Claim das Potential haben, dass Bürger und Bürgerinnen, Unternehmen und Politik aus Südwestfalen sich gerne damit identifizieren“, sagt Marie Ting.

Ab sofort können deshalb alle Interessierte mitdiskutieren und mitwirken. Unter der Internetadresse www.suedwestfalen.com/regionalmarketing werden in einem Blog die Hintergründe erläutert, Neuigkeiten transparent gemacht und die Claim-Vorschläge diskutiert. Zudem sind Veranstaltungen unter dem Titel „Zukunft Südwestfalen“ geplant, zu denen alle Bürgerinnen und Bürger eingeladen werden. Die Termine werden noch bekannt gegeben. „Das Regionalmarketing ist so stark, wie die Summe derer, die mitmachen. Es ist ein offener Prozess: Ich wünsche mir, dass viele Bürgerinnen und Bürger ihre Ideen, Tatkraft und Initiativen für die Zukunft Südwestfalens einbringen“, erläutert Marie Ting.

Bildlegenden (Abdruck der Fotos honorarfrei):

claims.jpg: Die neue Regionalmarketing-Managerin der Südwestfalen Agentur, Marie Ting, mit den beiden zur Auswahl stehenden Claims.

gruppe.jpg: Stellten die Vorschläge offiziell vor (v.l.): Hubertus Winterberg (Stellvertretender Geschäftsführer Südwestfalen Agentur), Marie Ting, Dr. Karl Schneider, Ralf Kersting und Dirk Glaser (Geschäftsführer Südwestfalen Agentur).

Hintergrund

Die Südwestfalen Agentur GmbH steuert im Auftrag der fünf Kreise und der 59 Städte und Gemeinden die REGIONALE 2013. Die Agentur wurde im April 2008 gegründet und setzt die Prozesse und Aufgaben der Regionale operativ um. Die REGIONALE 2013 ist ein Strukturförderwettbewerb des Landes NRW, der im Rhythmus von drei Jahren einer Region die Chance bietet, sich zu profilieren und Potentiale stärker zu kommunizieren. Die Südwestfalen Agentur setzt zudem zusammen mit dem Verein „Wirtschaft für Südwestfalen“ und den Kreisen das Regionalmarketing um.

Pressekontakt:

Südwestfalen Agentur
André Dünnebacke
Tel. 02761 – 83511 13
Fax 02761 – 83511 29
presse@suedwestfalen.com
www.suedwestfalen.com